

“พีอาร์นิวส์ไวร์” เผยผลสำรวจความคิดเห็นนักข่าว ชี้คุณภาพคอนเทนต์สำคัญอันดับหนึ่ง



– นักข่าวในเอเชียแปซิฟิก (25%) ยกให้คุณภาพคอนเทนต์เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) อันดับหนึ่ง มากกว่าจำนวนผู้อ่าน ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญได้แก่จำนวนข่าวที่เขียนขึ้นเองเทียบกับเป้าหมาย และการมีส่วนร่วมทางโซเชียลมีเดีย

– ข่าวประชาสัมพันธ์ยังคงเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือที่สุดในการนำไปประกอบการเขียนข่าว โดยนักข่าวไว้วางใจข่าวประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ (27%) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าเท่าตัวเมื่อเทียบกับช่องทางโซเชียลมีเดีย (10%)

ทุกวันนี้ บุคลากรในแวดวงสื่อและพีอาร์ในเอเชียแปซิฟิกต่างกำลังรับมือกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะที่กลุ่มเป้าหมายเองก็มีพฤติกรรมความสนใจเปลี่ยนไป วันนี้ พีอาร์นิวส์ไวร์ จึงขอเปิดเผยรายงาน Asia-Pacific Media Survey 2019 เพื่อเกาะติดความเคลื่อนไหวของนักข่าวในการปรับตัวให้สอดคล้องกับสิ่งที่เกิดขึ้น

รายงานประจำปีนี้เป็นรายงานที่ใหญ่ที่สุดเท่าที่พีอาร์นิวส์ไวร์เคยจัดทำขึ้นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยได้สำรวจความคิดเห็นของนักข่าวและบุคคลในแวดวงสื่อรวมกันเกือบ 1,000 รายใน 9 ตลาดด้วยกัน ได้แก่ ออสเตรเลีย จีนแผ่นดินใหญ่ ฮองกง ไต้หวัน อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และเวียดนาม และเพื่อช่วยให้ธุรกิจทั่วโลกเข้าใจภาพรวมสื่ออันหลากหลายในเอเชียแปซิฟิกมากขึ้น ทีม Audience Development ของเรายังได้จัดทำรายชื่อสื่อ 10 อันดับแรก[1]ในตลาดทั้ง 9 แห่งเหล่านี้ด้วย

แม้จำนวนผู้อ่านเป็นสิ่งที่วัดผลได้ทันที แต่นักข่าว 25% มองว่าคุณภาพของคอนเทนต์เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) อันดับหนึ่ง ตามมาด้วยจำนวนข่าวที่เขียนขึ้นเอง เช่น จำนวนข่าวต่อสัปดาห์ และการมีส่วนร่วมทางโซเชียลมีเดีย เช่น ยอดแชร์คอนเทนต์บนโซเชียลมีเดีย

ผลการสำรวจพบว่า แหล่งข่าวที่ได้รับการพิสูจน์แล้วนั้นมีความสำคัญมากกว่าที่ผ่านมา ยกตัวอย่างเช่น นักข่าว 73% ในจีนแผ่นดินใหญ่เชื่อว่า ความถูกต้องของข่าวเป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่งเมื่อต้องประเมินคุณค่าของข่าว ข่าวประชาสัมพันธ์ยังคงเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุด โดยมีนักข่าวจากตลาดเอเชียแปซิฟิก (ตลาดหลัก 8 แห่ง ไม่รวมจีนแผ่นดินใหญ่) ที่ให้ความไว้วางใจข่าวประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการเป็นสัดส่วน 27% ซึ่งเป็นสัดส่วนมากกว่าสองเท่าเมื่อเทียบกับโซเชียลมีเดียที่ 10% นอกจากนี้ ยังพบว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับความไว้วางใจเพิ่มขึ้น 5% จากเดิม 22% เมื่อปี 2559-2560

แหล่งข่าวที่ได้รับการพิสูจน์แล้วมีบทบาทสำคัญในการเขียนข่าวของนักข่าว โดยนักข่าวจากตลาดเอเชียแปซิฟิกส่วนใหญ่มักติดต่อแหล่งข่าวของตนเอง (60%) และดูข่าวประชาสัมพันธ์ (51%) เมื่อต้องการหาข้อมูลอ้างอิงประกอบข่าวของตนเอง

ประเด็นสำคัญจากรายงานการสำรวจประกอบด้วย:

- รูปภาพความละเอียดสูง (29%) เป็นสื่อมัลติมีเดียที่นักข่าวจากตลาดส่วนใหญ่ในเอเชียแปซิฟิกต้องการมากที่สุดเพื่อนำไปประกอบข่าว โดยนักข่าว 25% ต้องการคลิปวิดีโอ ตามมาด้วยภาพอินโฟกราฟิก (21%)
- นักข่าวมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ทักษะเพิ่มเติมเพื่อสร้างคอนเทนต์คุณภาพ โดยนักข่าวทั่วเอเชียแปซิฟิกต่างต้องการเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเองในเรื่องการรายงานข่าวและสัมภาษณ์อย่างเจาะลึก ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจครั้งล่าสุดของเราเมื่อปี 2559-2560
- การสื่อสารหลายภาษาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจที่ต้องการบุกตลาดโลก โดยนักข่าวในฮ่องกง มาเลเซีย และสิงคโปร์ได้ตอบแบบสำรวจของเราในหลาย ๆ ภาษา ขณะที่นักข่าวเกือบ 100% ในจีนแผ่นดินใหญ่ได้หวั่น อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และเวียดนาม ได้ตอบแบบสำรวจของเราในภาษาที่ใช้กันส่วนใหญ่ในประเทศของตนเอง สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นความโน้มเอียงของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายในประเทศต่าง ๆ

“สำหรับธุรกิจที่ดำเนินงานทั่วโลกแล้ว การยกระดับการรับรู้แบรนด์และชื่อเสียงของแบรนด์เป็นภารกิจสำคัญที่การรายงานข่าวของสื่อมีบทบาทสำคัญ” ลินน์ หลิว ผู้อำนวยการฝ่าย Audience Development and Distribution Services กล่าว “ส่วนในเอเชียแปซิฟิกนั้น ธุรกิจทั่วโลกจำเป็นต้องเข้าใจภาพรวมสื่อและพฤติกรรมความชอบของนักข่าวแต่ละประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ตนเองเป็นพาร์ทเนอร์สื่อที่มีความสำคัญมากขึ้น โดยฟิอาร์ทนิวส์ไวร์มีความมุ่งมั่นในการช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้บอกเล่าเรื่องราวของตนในภูมิภาคที่หลากหลายและทรงพลังเช่นนี้ให้ดีขึ้น”

ทั้งนี้ ฟิอาร์ทนิวส์ไวร์มีความตั้งใจที่จะบอกเล่าประเด็นหลัก ๆ ที่ค้นพบในการสำรวจครั้งนี้ในงาน Media Coffee ที่จะเกิดขึ้นในเร็ว ๆ นี้ โดยผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดรายงาน Asia-Pacific Media Survey 2019 ฉบับเต็มได้ที่ https://misc.prnasia.com/atd/custeventreg.php?event_id=411?utm_source=pr&utm_medium=prna&utm_campaign=2019mediasurvey

เกี่ยวกับฟิอาร์ทนิวส์ไวร์

พีอาร์นิวส์ไวร์ (PR Newswire) บริษัทในเครือซีชัน (Cision) (NYSE: CISN) เป็นผู้ให้บริการเผยแพร่ข่าว รวมถึงซอฟต์แวร์และบริการสื่อแบบ Earned Media ชั้นแนวหน้าของโลก ด้วยการใช้ชุดผลิตภัณฑ์การสื่อสารระบบคลาวด์ของซีชัน บริการของพีอาร์นิวส์ไวร์จึงเปิดทางให้นักการตลาด นักสื่อสารองค์กร และนักลงทุนสัมพันธ์สามารถเจาะจงอินฟลูเอนเซอร์หลัก ๆ พร้อมสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงสร้างและเผยแพร่คอนเทนต์เชิงกลยุทธ์ และวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ พีอาร์นิวส์ไวร์เพิ่มพลังให้กับเรื่องราวข่าวสารของทุกองค์กรทั่วโลก ด้วยการผนวกรวมเครือข่ายขนาดใหญ่ที่สุดของโลกในการเผยแพร่คอนเทนต์หลายวัฒนธรรมและหลายช่องทาง เข้ากับแพลตฟอร์มและเครื่องมือการทำงานที่มีความครอบคลุม พีอาร์นิวส์ไวร์ให้บริการลูกค้าหลายหมื่นรายผ่านทางสำนักงานที่กระจายอยู่ในอเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียแปซิฟิก รับชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.prnasia.com

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

PR Newswire's Asia Marketing Team

โทร: +852 2572 8228

อีเมล: asia.marketing@prnasia.com

[1] ประเมินจากยอดผู้เข้าชมเป็นประจำทุกเดือน

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190910/2575241-1-a>

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190910/2575241-1-b>

โลโก้ - <http://photos.prnasia.com/prnh/20160617/8521603993LOGO-d>

คำบรรยายภาพ 1 - ผลสำรวจความคิดเห็นนักข่าวเกี่ยวกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI)

คำบรรยายภาพ 2 - ผลสำรวจความคิดเห็นนักข่าวเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุด